

JADMA アフィリエイト広告の利用に関する管理上の指針

第1章 目的

この指針は、公益社団法人日本通信販売協会（以下「協会」という。）の会員がアフィリエイト広告を利用する場合に、関連法令に違反するなどの不適正な表示を未然に防止するために必要な措置を講じる上で留意すべき事項を取りまとめることにより、消費者の自主的かつ合理的な商品選択に資する情報提供のあり方を示し、通信販売事業の健全な発展に寄与することを目的とする。

第2章 基本的な考え方

1 アフィリエイト広告のしくみ

アフィリエイト広告とは、ブログその他のウェブサイトの運営者（以下、「アフィリエイトター」という。）が、商品・サービスを供給する事業者（以下、「広告主」という。）の広告を、アフィリエイトターが運営するウェブサイト（以下、「アフィリエイトサイト」という。）上に掲載することで、アフィリエイトサイトを閲覧した消費者がリンクをクリックする等により広告主のサイトにアクセスし広告主の商品・サービスを購入するよう、誘引するものである。

アフィリエイト広告を利用する場合、広告主がアフィリエイトターと直接契約するケース以外にも、広告主がASP（アフィリエイトサービスプロバイター）と契約し、ASPを通じて、アフィリエイトターの募集、アフィリエイト広告の掲載管理及びアフィリエイトターへの報酬支払等を行うケースがある。また、広告主が広告代理店を通じて、アフィリエイト広告を利用するケースもある。

2 アフィリエイト広告の特徴

アフィリエイト広告は、一般の消費者に近い立場のアフィリエイトターが広告内容に主体的に関与することにより作成されるため、広告主の商品・サービスに対し消費者に近い目線での自由な意見や情報が共有され、消費者の自主的かつ合理的な商品選択の機会を増加させる利点がある。また、アフィリエイト広告は、歩合制での費用支払いが設定されるケースが多く、事業者の規模や資金力を問わずに利用することができ、限られた広告費用のなかで効果的に商品・サービスを宣伝できるという利点もある。

一方で、アフィリエイトサイトの閲覧や商品・サービスの購入が増えることに伴ってアフィリエイトターへの報酬支払いが増加するため、虚偽・誇大な表現を用いたり、消費者にとって不利な情報を削除したりするなど、不適正な内容のアフィリエイト広告が作成されるおそれがある。また、アフィリエイト広告は、インターネット上に数百万サイト以上の規模で公開されており、またその内容も容易に変更できるため、広

告主が全てのアフィリエイト広告の内容を常時把握することは極めて困難である。さらに、広告主とアフィリエイトの間には ASP や広告代理店等が介在し、広告主はアフィリエイトとの直接の契約関係にないケースがあるため、広告主による広告内容の審査が不十分となるおそれがある。また、ASP 等アフィリエイトサービスを提供する側が定める規約において、広告主にアフィリエイト広告の表示内容に関する審査権限が認められないケースがあるなど、広告主による広告内容の管理が困難な場合もある。

3 アフィリエイト広告の利用に関する基本的な考え方

会員がアフィリエイト広告を利用して自社の商品・サービスを販売する場合¹⁾には、会員自身が広告主として不当景品類及び不当表示防止法（以下、「景表法」という。）上の責任主体に該当しうることが理解し、景表法をはじめその他の関連法令等に照らし適切な表示がなされるように必要な措置を講じることが求められる。特に、景表法第 26 条第 1 項に定められた事業者が講ずべき措置に関して、同条第 2 項の規定に基づき定められた「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」²⁾の内容については、特に留意しなければならない。

さらに、会員は、協会が定める通信販売倫理綱領に則り、消費者保護と通信販売事業の健全な発展のため、消費者に誤解を与えないような分かりやすい広告表示と正確かつ詳細な情報提供を通じ、適切な広告活動を行わなければならない。アフィリエイト広告を利用する場合であっても、会員自身の作成した広告と同様に適正な広告活動を行うことは、自社に対する消費者の信用やブランドイメージを保全することとなり、ひいては通信販売事業全体の社会的価値の向上に貢献することを理解する必要がある。

もっとも、アフィリエイト広告については、広告主が全てのアフィリエイト広告の内容を常時把握することが困難であることや、ASP や代理店が介在するため広告主が広告作成を行うアフィリエイトに直接契約に基づいて指示することができないケースがあることなど、アフィリエイト広告の管理上問題となりうる特有の事情が存在する。また、広告主によって事業規模や販売する商品・サービスの種類が異なり、広告の内容や出稿量などの事業状況も異なるため、実現可能な対策も様々である。「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」においても、不当表示等を未然に防止するための措置の必要かつ適切な範囲は、事業者の規模や取り扱う商品・サービスの内容等に応じて異なりうる旨が言及されている。

会員は、こうした個別の事情に鑑みて、アフィリエイト広告を利用する場合においても、必要かつ適切な範囲で不適切な表示を防止するための措置を講じるべきである。

1) ショッピングモールなどプラットフォームに商品・サービスを出品しているが、当該商品・サービスの販売主が会員である場合、当該プラットフォーム上の商品・サービスの販売ページにリンクされたアフィリエイト広告に対しては、プラットフォームを提供する事業者ではなく、あくまでも会員が広告主としての責任を負うことに留意する必要がある。

2) 「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」（令和 4 年 6 月 29 日改正）

https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms216_220629_04.pdf

第3章 具体的な対応方法

会員は、アフィリエイト広告を利用する場合、アフィリエイト広告上の不適正な表示を未然に防止するための必要な措置を講じる上で、以下の事項に留意する。

1 ASP、広告代理店及びアフィリエイトターの選定

1. 1 ASP や広告代理店等の仲介者の選定

会員は、アフィリエイト広告を利用するためにASP や広告代理店等の仲介者と契約する際には、契約前に、ASP や広告代理店等の仲介者の表示に関するコンプライアンス遵守状況を確認する。確認にあたっては、以下の事項を参考にする。

1. 1. 1 不適正な表示の禁止

ASP や広告代理店等の仲介者が、アフィリエイトターに対して、関連法令に違反する等の不適正な表示を禁止し、不適正な表示を修正すべき義務を契約上明確に定めている。例えば、ASP や広告代理店等の仲介者が、アフィリエイトターに対し、遵守すべき法令やガイドラインの内容を事前に提示し、不適正な表示が行われた場合には、アフィリエイトターが当該表示を修正すべき義務を負うことや契約が解除されることがある旨等を定めていることが望ましい。

1. 1. 2 表示内容の確認業務の遂行状況

ASP や広告代理店等の仲介者が、アフィリエイト広告の内容を事前または事後に確認する取り組みを行っている。例えば、ASP や広告代理店等の仲介者が、アフィリエイト広告の出稿前や、出稿済みのアフィリエイト広告の定期的なパトロールの際に、アフィリエイト広告の内容の適正性について確認する等の取り組みを行っていることが望ましい。

1. 1. 3 教育啓発活動の実施

ASP や広告代理店等の仲介者が、アフィリエイトターに対し不適正な表示を防止するための教育啓発活動を行っている。例えば、遵守すべき法令やガイドラインに関する研修を開催したり、遵守すべき法令やガイドラインに関する助言や教育のための資料を交付する等の取り組みを行っていることが望ましい。

1. 2 アフィリエイトターの提携承認の基準の提示および選定

会員が、アフィリエイトターから提携（アフィリエイトター自身のウェブサイト広告主の広告を掲載すること）の申請を受け、提携申請を承認する際には、あらかじめ提携承認の基準を定めて提示した上で、承認前に、アフィリエイトターの表示に関

するコンプライアンス遵守状況を、自らまたはASPや広告代理店等の仲介者を通じて確認する。会員がアフィリエイトと直接契約をする場合も同様とする。提携承認の基準の策定やコンプライアンス遵守状況の確認にあたっては、以下の事項を参考にする。

1. 2. 1 公開済みアフィリエイトサイトの内容の適正性

アフィリエイトが運営しているウェブサイトの公開内容が適切である。例えば、すでに公開されているアフィリエイトサイトの内容に法令違反表現がない等の公開内容であることが望ましい。

1. 2. 2 広告主との関係性の明示

アフィリエイトが広告に広告主との関係性を適切に明示している。例えば、すでにアフィリエイトサイト上で公開されている他社の商品・サービスに関するアフィリエイト広告に広告主の名称を記載したうえで広告主による広告であること等を明示していることが望ましい。

1. 3 アフィリエイトへの広告作成の基準の提示

会員は、アフィリエイトの提携承認をする場合には、承認前に、アフィリエイトに対し、商品・サービスごとに設けられた広告作成の基準を提示する³⁾。広告作成の基準には、関連法令やガイドラインに違反しない適切な内容を定める。アフィリエイトと直接契約する場合も同様とする。広告作成の基準の策定にあたっては、以下の事項を参考にする。

1. 3. 1 広告表現や素材に関する資料の作成

以下の方式の例を参考に、商品・サービスごとに、広告作成の基準となる資料を作成する。資料の方式としては、以下のいずれかの方式やこれらに類する方式を採用するなど、商品・サービスの内容等に応じて適切に選択する。

1. 3. 1. 1 方式の例1：スタンダードを示す方式

広告表現や素材に関し、アフィリエイト自身が適切な表現であるか判断できるようにするために、商品・サービスごとに、使用が想定される具体的な内容をまとめる等、アフィリエイトが作成した広告の内容が適正であるかにつ

³⁾ 広告主とアフィリエイトが直接の契約関係がない場合であっても、ASPとアフィリエイトとの契約において、アフィリエイトプログラムに参加する際には広告主の提示する広告作成の基準を遵守してアフィリエイト広告の作成を行う旨が定められているなど、広告主がアフィリエイト広告の内容をコントロールできる状況であれば、アフィリエイト広告の利用に関し適切な管理上の措置を行っているものと考えられる。

いての判断基準となる資料を作成する。例えば、商品・サービスの訴求ポイントごとに、関連法令等に照らして使用が許されない表現や許容される表現を具体的にまとめ、その理由や根拠を併記する等の内容が望ましい。漠然と関連法令に違反しないことを定めるだけで、アフィリエイト自身が適切な表現であるか判断できない内容は望ましくない。

1. 3. 1. 2 方式の例2：セーフティーな範囲を示す方式

広告表現や素材に関し、使用できる範囲を制限するために、適正な表現が使用されている会員の広告に掲載された表現のみを使用するよう求める等、アフィリエイト広告において使用できる広告表現や素材に関する資料を作成する。例えば、会員のウェブサイト上の広告において適正な表示が行われていることを前提に、商品・サービスの説明文については、会員のウェブサイト上の表記を改変や省略せず用い、注釈を必ず併記することを求めたり、画像等の素材については、会員のウェブサイト上の広告の画像と同一のものをを用いることを求め、会員の許可を得ない独自の加工を禁止する等の内容が望ましい。

1. 3. 2 広告主との関係性の明示

アフィリエイト広告が広告主である会員の広告であることや広告主とアフィリエイトの関係性が分かるような記載を、アフィリエイト広告内に明示する旨を広告作成の基準に定める⁴⁾。

1. 3. 3 広告作成の基準の変更時の対応義務

広告作成の基準が改正された場合には、広告主である会員やASPや広告代理店等の仲介者が、アフィリエイトに対し、改正後の広告作成の基準に適合するような表現の修正を求めることができる旨を、広告作成の基準に定める。

1. 3. 4 広告作成の基準に対する違反時の対応義務

広告作成の基準に違反したアフィリエイト広告については、広告主である会員やASPや広告代理店等の仲介者が、アフィリエイトに対し、表現の修正を求めることができる旨や、修正に応じない場合には、提携の解除、報酬支払いの停止および既に支払った報酬の返還請求等を行う旨を、広告作成の基準や成果承認（アフィリエイト広告を通じて集客に成功した場合にアフィリエイトの集客成果に対して報酬を支払うこと）の基準に定める。

⁴⁾ 広告主との関係性の明示に関する具体的な表示例については、「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」の別添「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例 8 前記1から7まで以外の措置の例」の内容を参考にすること。

2 表示内容の管理

2. 1 表示内容のチェック

会員は、アフィリエイトがアフィリエイト広告を出稿する前や出稿した後に、アフィリエイト広告の内容を、自らまたは ASP や広告代理店等の仲介者を通じて確認する。不適正な内容のアフィリエイト広告については、アフィリエイトに対し自らまたは ASP や広告代理店等の仲介者を通じて、出稿しないように求める。確認にあたっては、以下の事項を参考にする。

2. 1. 1 広告出稿前の確認

アフィリエイトが、アフィリエイト広告を出稿する際には、出稿前に、その出稿内容を、広告主に対し直接または ASP や広告代理店等の仲介者を通じて報告する旨を、情報共有ルールとして明確に定める。一定期間出稿を停止していたアフィリエイト広告を再度出稿する場合にも、同様に報告を要する旨を定める。

2. 1. 2 広告変更時の確認

アフィリエイトが、アフィリエイト広告の内容を変更する際には、変更後すみやかに、その変更内容を、広告主に対し直接または ASP や広告代理店等の仲介者を通じて報告する旨を、情報共有ルールとして明確に取り決める。重大な変更であっても一切の報告を求めない等の対応は望ましくない。

2. 1. 3 基準への適合性の確認

アフィリエイト広告の内容が、関連法令はもとより、提携承認の基準や広告作成の基準に適合している。例えば、商品の効果効能の表現において適切な注釈を付記しなければならない旨が定められているにもかかわらず、注釈の記載を欠いていたり、注釈が効果効能の表現とあまりにも離れた位置に記載されている等の内容は望ましくない。

2. 1. 4 商品・サービスとの適合性の確認

アフィリエイト広告の内容が、会員の販売する商品・サービスの内容や取引条件と合致し、アフィリエイト広告に消費者にとって不利な情報も適切に記載されている。例えば、契約の解約条件が定められているにもかかわらず、その記載を欠いている等の内容は望ましくない。

2. 1. 5 事実との適合性の確認

アフィリエイト広告の内容が、事実と合致している。例えば、商品の注文が殺

到し品薄である旨を記載しているが、そのような事実が認められない等の内容は望ましくない。

2. 1. 6 広告主との関係性の明示の確認

アフィリエイト広告上に、広告主である会員との関係性を適切に明示している。例えば、アフィリエイト広告に、広告主の名称を記載しなかったり、広告主の広告であることを記載しないことにより、客観的に公平なレビューであるかのような印象を与える等の内容は望ましくない。

2. 1. 7 確認対象

アフィリエイト広告の内容の確認にあたっては、アフィリエイト広告の内容だけでなく、その遷移元のバナー画像およびバナーテキスト等や、遷移先のウェブサイトの内容についても併せてチェックし、遷移全体として不適正な表示にあたらないことを確認する。

2. 1. 8 出稿前の確認に代わる成果承認時の確認

アフィリエイト広告の内容を、出稿前に全て確認できない場合には、出稿前の確認に代わり、成果承認の前に確認作業を実施する。成果承認の際に、特に売上が急増したことが判明したアフィリエイトターについては、その作成したアフィリエイト広告について綿密に確認する等の対応が望ましい。

2. 1. 9 出稿済み広告の確認

出稿済みのアフィリエイト広告の内容を確認する場合には、確認のスケジュールや確認対象の条件を運用基準として定めることにより、継続的かつ計画的に実施する。例えば、月に1回の定期的なパトロールを行う旨を定めたり、売上上位のアフィリエイトターや過去に不適切な表示を行ったアフィリエイトターの作成したアフィリエイト広告について確認を行う旨を定める等の対応が望ましい。

2. 2 広告の保存

会員は、出稿されたアフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報⁵⁾を適切に保存する。アフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報の保存にあたっては、以下の事項を参考にする。

⁵⁾ アフィリエイト広告の表示の根拠となる資料の例として、「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」においては、「アフィリエイトプログラムを利用した広告の表示等の作成をアフィリエイトター等に委ねる際に行うアフィリエイトター等とのやり取り（メール、チャット等）の内容、事業者の社内における表示内容の確認及び決定の過程を示す資料、アフィリエイトター等が作成する広告の表示内容に係るソースコード等」が挙げられている。

2. 2. 1 保存の主体

アフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報は、広告主である会員が自ら保存するか、ASP や広告代理店等の仲介者やアフィリエイトターが保存する。アフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報を ASP や広告代理店等の仲介者やアフィリエイトターが保存する場合には、その旨をアフィリエイト広告の保存ルールとして明確に定める。また、アフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報を ASP や広告代理店等の仲介者やアフィリエイトターが保存する場合には、広告主である会員の求めに応じて、すみやかに、保存された表示内容を広告主に提供すべき旨を、保存ルールとして明確に定める。

2. 2. 2 保存の時期

アフィリエイト広告が出稿された場合、出稿されたアフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報を、出稿後ただちに保存する。また、アフィリエイト広告の表示内容が修正された場合、変更後のアフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報を、変更後ただちに保存する。

2. 2. 3 保存の期間

保存したアフィリエイト広告の表示内容およびその表示の根拠となる情報は、そのアフィリエイト広告経由で商品・サービスを購入できなくなってから相当の期間保存する旨を、保存ルールとして明確に定める。例えば、アフィリエイト広告から商品を購入できなくなったときから1年間保存する旨を定める等の対応が望ましい。

2. 2. 4 保存の方式

アフィリエイト広告の表示内容を保存する際には、表示内容を全て視認できるようデータサイズ等に配慮し、原則として画像データ等の方式で保存する。

2. 2. 5 保存すべき関連情報

アフィリエイト広告の保存に際しては、表示内容およびその表示の根拠となる資料に加え、アフィリエイト広告の URL、作成したアフィリエイトターを特定できる情報、アフィリエイト広告の出稿・変更時期、遷移元のバナー等の内容、遷移先の URL 等の内容など、関連する情報も併せて保存することが望ましい。

2. 3 広告表示の管理担当者の設置

会員は、社内に広告表示の管理担当者を定めるとともに、アフィリエイト広告の表示内容についても、広告表示の管理担当者が、会員の作成した広告に対するものと同様の監視・監督権限を有するよう定める。また、社内にアフィリエイト広告の広告表示の管理担当者を設置するだけでなく、ASP や広告代理店等の仲介者の内部にもアフィリエイト広告の広告表示の管理担当者を設置するなど、体制の拡充を図ることが望ましい。広告表示の管理担当者を設置する際には、以下の事項を参考にする。

2. 3. 1 アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者の設置

アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者が、アフィリエイト広告の表示内容について、自社の作成した広告に対するものと同様の監視・監督権限を有している。また、アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者が複数存在する場合、それぞれの権限や所掌を明確にしている。

2. 3. 2 アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者の研修

アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者が、景品表示法や薬機法（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律）など関連法令の研修を受け、広告表示に関する関連法令の知識の習得に努める。ASP や広告代理店等の仲介者等の社外にも管理担当者を設置する場合は、社外の管理担当者も研修に参加する。管理担当者が参加する研修としては、会員が社内で機会を設定するものだけでなく、行政機関、業界団体、ASP や広告代理店等が実施する講習会等も活用する。研修の内容については、アフィリエイト広告の内容や販売する商品・サービスの内容等に応じて、適切に選択する。研修の頻度については、年に1回以上が望ましい。

2. 3. 3 アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者の周知

アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者の所属先や連絡先等を、社内だけでなく、ASP や広告代理店等の仲介者およびアフィリエイトターにも周知する。アフィリエイト広告の内容に関し疑問がある場合には、アフィリエイト広告の広告表示の管理担当者にお問い合わせのべき旨も周知することが望ましい。

3 消費者からの情報提供への対応

3. 1 消費者からの情報提供を受け付ける窓口の設置

会員は、アフィリエイト広告を通じて会員の商品・サービスを購入した消費者からの苦情相談等、消費者からのアフィリエイト広告に関する情報提供を受け付ける

窓口を設置する。当該窓口の設置にあたっては、以下の事項を参考にする。

3. 1. 1 消費者向け情報提供窓口の設置

会員が、消費者からのアフィリエイト広告に関する情報提供を受け付ける窓口を設置し、確実に連絡が取れる連絡方法を定める。必ずしも窓口を新設する必要はなく、既存の顧客相談窓口を活用してもよい。連絡方法については、メールアドレスやウェブフォームに加え、電話も受け付けるなど、会員の事業規模だけでなく、消費者のアクセスの容易さも考慮することが望ましい。

3. 1. 2 消費者向け情報提供窓口の表示

会員が、消費者からのアフィリエイト広告に関する情報提供を受け付ける窓口の連絡先を表示する際には、連絡先に関する情報を、アフィリエイト広告上に表示するようアフィリエイトターに求めたり、アフィリエイト広告の遷移先である会員の販売ページ上に表示する等、適切に表示する。アフィリエイト広告や会員の販売ページに連絡先を直接表示しない場合には、アフィリエイト広告に関する情報提供窓口の情報を記載したページへのリンクを設定し、リンク先において情報提供を受け付ける旨を表示する方法を採ることが望ましい。連絡先の表示にあたっては、広告主である会員の事業者名を正しく表記し、電話受付時間が限られるなどの事情がある場合にはその旨も適切に記載する。

3. 2 消費者からの情報提供の調査およびフィードバック

会員は、アフィリエイト広告を通じて会員の商品・サービスを購入した消費者からの苦情相談等の消費者からのアフィリエイト広告に関する情報提供を受けた場合には、その内容を調査し、アフィリエイト広告における不適切な表示の有無について自らまたはASPや広告代理店等の仲介者を通じて確認し、必要な修正を行うなどフィードバックを行う。フィードバックを行うにあたっては、以下の事項を参考にする。

3. 2. 1 消費者からの情報提供内容の確認

会員が、消費者からのアフィリエイト広告に関する情報提供を受け付ける場合には、アフィリエイト広告に関する情報（URLや広告表現等）をできる限り詳細にヒアリングするなど、情報提供の対象となったアフィリエイト広告を特定できるような情報収集に努め、情報提供の対象となったアフィリエイト広告の内容を確認する。

3. 2. 2 消費者からの情報提供のフィードバック

会員が、消費者からのアフィリエイト広告に関する情報提供をきっかけに、アフィリエイト広告の不適正な表示を発見した場合には、すみやかに、自ら又はASPや広告代理店等の仲介者を通じて、アフィリエイトターに対し広告内容の修正を求める。修正に応じない場合には、すみやかに、提携の解除、報酬支払いの停止および既に支払った報酬の返還請求等を行う。また、必要に応じて、広告内容の修正をアフィリエイトター等に提示する広告作成の基準等にすみやかに反映させ、その旨の周知を行う。

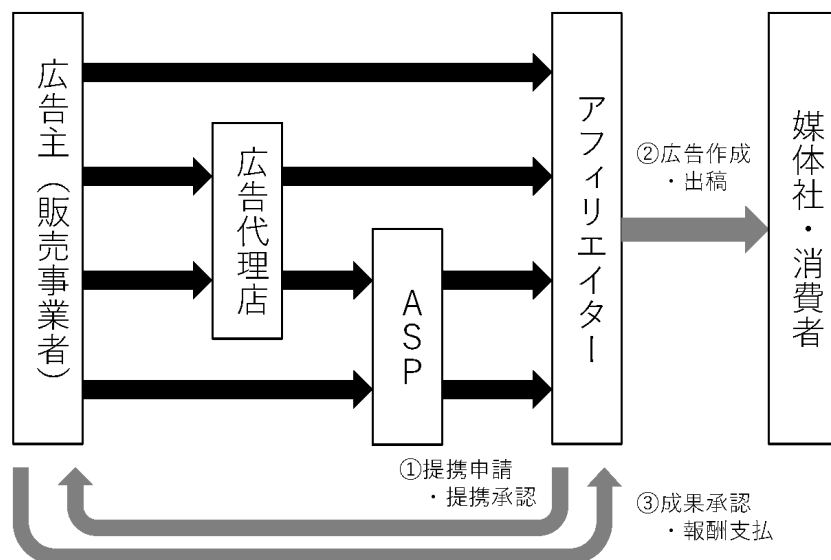
附則

- 1 この指針は、令和4年11月17日から施行する。
- 2 この指針は、法令等の改正等があった場合は適宜見直しを行い、改定する。

公益社団法人 日本通信販売協会

(別紙)

アフィリエイト広告のしくみ (イメージ図)



※アフィリエイト広告の取引にはさまざまな形態が存在するが、その一例として、その一部分を図示した。